PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: SERVICIO AL CLIENTE
- Código del Programa de Formación: 13530025
- Nombre del Proyecto:
- Fase del Proyecto:
- Actividad de Proyecto:
- Competencia: Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
  - ✓ 1. PRESTAR SERVICIO AL CLIENTE TENIENDO EN CUENTA POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN 32H
    2. VALIDAR SATISFACCIÓN DEL CLIENTE SEGÚN PROTOCOLOS DE LA ORGANIZACIÓN 16H

- Duración de la Guía: 48 horas

2. PRESENTACIÓN

Con la presente guía de aprendizaje desarrollaremos la competencia "Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa" con la que nos vamos adentrando en el contexto empresarial, siendo el cliente hacia donde están dirigidos los diferentes procesos que se llevan a cabo en todo tipo de empresa; por tanto es fundamental propender la satisfacción de este, conociéndolo, valorando el servicio prestado y proporcionándole soluciones y mejoras significativas que garanticen su fidelización y el cumplimiento de estándares de calidad determinados para la empresa. El trabajo a desarrollar es autónomo y a la vez colaborativo, es decir se requiere de su compromiso como aprendiz para analizar los contenidos, realizar las actividades propuestas y ser crítico y propositivo ante el aprendizaje y también apoyarse en su grupo de trabajo para que a través del trabajo en equipo maximicen el proceso y logren un verdadero aprendizaje significativo.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de reflexión inicial

Visualice el video "**Ejemplo de mala y buena atención al cliente en un Restaurante**", entregado por el instructor como material de apoyo y de manera individual cada aprendiz analizará y reflexionará en el marco del video y elaborará un comentario de reflexión en donde relacione el video con sus propias experiencias.
Una vez terminado el video, cada aprendiz deberá identificar los errores cometidos, los posibles efectos que se generarán en el comprador y determinar cómo se verá afectado cada uno de los establecimientos.

Posteriormente se llevará a cabo una lluvia de ideas en la cual se identifique la importancia de prestar una excelente atención a los usuarios y sus efectos económicos en la empresa.

Algunos comentarios serán socializados en el ambiente de aprendizaje.

Ambiente requerido: Aula convencional con capacidad con capacidad para 30
Aprendices. Estrategias o técnicas didácticas activas: Mesa redonda
Materiales: Papel y lapiz
Duración de la actividad: 32 Horas

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesario para el aprendizaje

De manera individual, leer el caso presentado "WOMAN INTIMATE" y con base en el análisis realizado, así como de sus experiencias, responder cada uno de los cuestionamientos planteados:

La señora Cindy Johana requiere adquirir ropa interior femenina y por esta razón ha decidido dedicar la mañana del día sábado para visitar diferentes almacenes del centro comercial "MULTIROPA". Inicialmente se dirige al almacén "WOMAN INTIMATE", establecimiento reconocido por la calidad de sus prendas y el excelente surtido.

En el momento de ingresar, percibe un olor a comida, especialmente a guiso (con el que se rellenan las empanadas), un minuto después es atendida por una empleada, quien tiene los labios engrasados, como si acabara de comer alimentos fritos; al preguntar la empleada a doña Cindy en qué le puede servir, ésta nota que tiene aún en la boca residuos de comida y expulsa un olor a café (o sea, un aliento bucal fuerte). Ante estos factores, la cliente se disgusta y determina salir del almacén, ingresando a otro establecimiento que ofrece productos similares.

Con base en el relato anterior, argumente los siguientes cuestionamientos:

- ✓ Identifique todos los errores cometidos en la atención a doña Cindy Johana.
- ✓ ¿Quiénes son los principales **RESPONSABLES** de esta atención inapropiada?
- ✓ Con base en las respuestas anteriores, plantee 3 estrategias a seguir para evitar que se vuelva a presentar esta situación.
- ✓ ¿De qué manera se verá afectado el establecimiento comercial, con este tipo de procedimientos?
- ✓ Indique el procedimiento a seguir por el establecimiento comercial, para recuperar la confianza de doña Cindy Johana

Actividades de apropiación del conocimiento (conceptualización y teorización)

Teniendo en cuenta el material de apoyo entregado por el instructor diseñe con su grupo de trabajo (Máximo 5 personas) el ciclo del servicio al cliente para una empresa que Ustedes escojan y en el que se identifique cada momento de verdad, diagnostique esté ciclo e identifique posibles aspectos a mejorar. Cada grupo prepara una presentación y la expone en la siguiente sesión virtual.

Ambiente requerido: Aula convencional con capacidad con capacidad para 30 Aprendices.

Estrategias o técnicas didácticas activas: Mesa redonda

Materiales: Papel y lapiz

Duración de la actividad: 16 Horas

3.3 Actividades de transferencia del conocimiento

Para finalizar este proceso de aprendizaje y después de comprender los procesos que se llevan a cabo en una empresa relacionados con la competencia “Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa”; es necesario en los grupos conformados ser propositivos y críticos; por tanto se solicita realizar un **Portafolio de Servicios** de la empresa escogida en la actividad anterior, teniendo en cuenta describir cada una de sus partes y tomando como base el video denominado Portafolio de Servicios.

El instructor llevará a cabo un acompañamiento constante para aclarar las dudas que se vayan presentando a los aprendices.

Incluya en el documento final una portada, contraportada, objetivos, conclusiones y bibliografía. Cada estudiante entrega el trabajo en el espacio indicado por el Instructor.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : Respuesta a preguntas de reflexión. **Evidencias de Desempeño** Socialización de cada uno de los productos.	Describe el negocio, de acuerdo con la misión, visión, objetivos, estructura organigrama de la organización. Detalla los atributos del servicio, de acuerdo con políticas de la organización. Explica el servicio, de acuerdo con el proceso. Reconoce las quejas, reclamos, observaciones, sugerencias u oportunidades (qroso) de acuerdo con política de calidad	**Técnica de evaluación:** Formulación de preguntas **Instrumento de evaluación:** Cuestionario **Técnica de evaluación:** Valoración de producto **Instrumento de evaluación:** Rubrica

Evidencias de Producto: Entrega de informe final.	de la organización. Especifica protocolo de atención, conforme a manual de servicio al cliente de la organización Aplica procedimientos del servicio al cliente de acuerdo con la identidad y los principios corporativos y los protocolos de la organización. Presenta la sistematización de la valoración del servicio al cliente, en herramientas informáticas según indicadores y políticas. Analiza los resultados de indicador de atención al cliente de acuerdo con políticas de la empresa.	**Técnica de evaluación:** Valoración de producto **Instrumento de evaluación:** Rubrica

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Misión: Describe el motivo o la razón de ser de una organización, empresa o institución. Se enfoca en los objetivos a cumplir en el presente. Debe estar definida de manera precisa y concreta para guiar al grupo de trabajo en el día a día.

Visión: La visión de una empresa responde a dónde desea estar una organización a largo plazo, es el futuro aspirado y deseado por una organización y comprende visualizar el resultado que se pretende alcanzar.

Organigrama: Es un diagrama que muestra la estructura interna de una organización o empresa.

Ciclo de servicio: es la cadena que forma todos los momentos de verdad que el cliente ha tenido la oportunidad de vivirlos, esto ayuda también a las personas que prestan un servicio para mejorarlo y conocer las necesidades del cliente.

Cliente: es la persona que adquiere nuestros productos o servicios, con la finalidad de suplir una necesidad que para él es básica e impórtate en ese momento. Ellos son los más importantes de nuestra empresa gracias a ellos es la productividad.

Estándares: permiten controlar las operaciones o procesos que se realizan en la organización, teniendo el conocimiento cada una de las personas que trabajan en ella de sus actividades.

Garantía de la calidad: comprende todas aquellas actividades de una empresa u organismo para conseguir y demostrar la calidad en ésta.

Insatisfacción: es cuando un cliente no se siente satisfecho con el servicio o producto que le están brindando la empresa, ya sea por su mala atención o el desempeño del producto no alcanza a sus expectativas frente a su necesidad.

Momento de verdad: es el contacto físico que tiene el cliente con la organización donde sabemos cómo se prestara el servicio a cada uno de los clientes**.**

Quejas: es la forma en que tiene el cliente de mostrar su inconformidad con un servicio o producto que este adquiriendo. También lo toman como modo de protesta**.**

Resarcimiento: se usa cuando al prestar un servicio se incumple con las obligaciones adquiridas ya, las cuales pueden ser penales o contractuales. Brindando seguridad que el compromiso se contraído**.**

servicio: es la combinación de varias cualidades (intangibles) como desempeño, esfuerzo, atención y otros tangibles como un trato amable, un obsequio, los muebles de la sala de recibo entre otros.

Servicio al cliente: Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing. Se trata de una herramienta que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada para ello se deben seguir ciertas políticas institucionales

Mejora continua: Es un enfoque para la mejora de procesos operativos que se basa en la necesidad de revisar continuamente las operaciones de los problemas, la reducción de costos oportunidad, la racionalización y otros factores que en conjunto permiten la optimización.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Desatnick, Robert L. (1991). Como conservar su Clientela. El secreto del servicio. Colombia-Bogotá. Ed. Legis - Serie Empresarial.

Rodríguez A., José Luis. (2006, Agosto). Seminario La importancia del servicio al Cliente. Guatemarmol.

Gil Saura, Irene, Sánchez Pérez, Manuel. (2005, Julio). Encuentro de servicio, valor percibido y satisfacción del cliente en la relación entre empresas. Cuadernos de Estudios Empresariales

Palacio González, Rubén Darío. Técnicas del Servicio al Cliente. 1995. Sewell, Carl y Brown, Paul.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	ADRIANA OVIEDO	Instructor	CCIT	2026

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					